

# Dear Little Ireland,

## oder: Es war schon immer etwas teurer...

Wer sagt, eine Geschichte über das liebe, teure – oder teuerste – kleine Irland dürfe nur einen Anfang und ein Ende haben? Warum soll so eine Geschichte nicht zwei oder drei Anfänge haben und, wenn's denn sein muß, ebenso viele Endungen und Schlüsse?

### Anfang (der erste, wenn man so will):

Vor etwas über anderthalb Jahren sagten die Iren, wie die meisten ihrer europäischen Nachbarn (den unmittelbar nächstliegenden einmal ausgenommen) Adieu zu ihrer angestammten Währung. Und wie Brian Keenan im *Irish Independent* feststellte, war die irische Währungsumstellung eine der schnellsten und problemlosesten unter den 12 Euroländern: „Das Bemerkenswerteste an der Ankunft des Euro war, das daran nichts bemerkenswert war.“ Und spätestens nach dem letzten Sommer, als die reisefreudigen und sonnenhungrigen Iren aus Spanien und Portugal zurückkamen, ohne daß sie vor, während oder nach ihrer Reise Geld umtauschen mußten, war der Euro hoch im Kurs (höher als damals in realem Wert, aber das hat sich inzwischen ja auch eingerenkt). Mit höchst aufrichtigem Mitleid bedauerte mein Dubliner Taxifahrer, der Dank den soliden Taxigebühren in der Hauptstadt mit der ganzen Familie auf Ibiza geurlaubt hatte, die „armen Engländer“. Die hätten ständig die Preise umrechnen und diskutieren müssen. Der Euro sei „einfach genial“. Für Irland, so fasste Torcuil Crichton es im schottischen *Herald* zusammen, gab es keine Euro-Reue: „There has been no looking back.“

### Anfang (das wäre dann der zweite):

In diesem Jahr überholt Irland die Finnen und übernimmt die Führung in der Preistabelle der Euroländer. „Rip-off Ireland“ zieht seine Bürger über den Ladentisch. Allein für die wöchentlichen Lebensmittel zahlen Iren im Schnitt 49 Euro mehr als ihre Nachbarn in der Eurozone. Haben

**Celtic tiger gets indigestion**  
Ireland = 100

	Portugal	Greece	Spain	Italy	Austria	Belgium	France	Luxembourg	Netherlands	Germany	Ireland	Finland
All private household consumption	65	72	72	80	84	85	85	86	87	87	100	101
Food	75	75	73	88	91	87	98	96	88	89	100	99
Alcoholic beverages	58	59	39	53	53	52	53	58	47	100	112	
Tobacco	40	48	42	52	61	58	68	46	57	59	100	79
Clothing and footwear	94	130	124	117	126	129	110	142	125	126	100	128
Rentals for housing	19	48	46	43	49	63	64	79	68	69	100	74

Source: PricewaterhouseCoopers estimate

die Händler also auch in Irland zugeschlagen und die Euro-Umstellung zur schamlosen Preistreiberei genutzt? Der Teuro in grün, sozusagen?

### Ein dritter Anfang: „Taisbeannan an euro muid suas“ - „The euro will show us up“.

Jetzt herrscht Transparenz. Irische Preise, irische Leistungen und Produkte können jetzt europaweit verglichen werden. Das ist besonders für den Tourismus eine Herausforderung. Nicht von ungefähr war der Rückgang an ausländischen Touristen am markantesten bei Besuchern aus

den Euroländern. Schließlich kann man jetzt in Deutschland, Österreich oder Frankreich vorab direkt und ohne umständliche Währungskalkulation vergleichen, was ein Hotel, B&B oder ein Mietwagen am Urlaubsziel kostet.

## Forfás-Report: Irland, ein teures Pflaster

Es war schon immer etwas teurer, einen besonderen Geschmack zu haben. Was in den 60ern für eine heute obskure Zigarettenmarke galt (nicht vergessen: Rauchen in Pubs und Restaurants wird in Irland ab Januar nächsten Jahres eh verboten sein!), scheint sich nun als Motto für die irische Tourismusindustrie anzubiedern. Reassuringly expensive – wie uns eine belgische Biermarke einreden will? Oder Rip-off? Und es sind natürlich nicht nur Touristen, die zur Kasse gebeten werden – Iren zahlen die überhöhten Preise von Januar bis Dezember! Forfás, ein Institut, das die irische Regierung in Preis- und Verbraucherfragen berät, veröffentlichte Ende Mai einen aufsehenerregenden Verbraucher-Preisreport, der darin gipfelte, daß Irland dabei sei, in diesem Jahr Finnland als teuerstes Pflaster der Eurozone abzulösen. Im einzelnen führte der Report aus:

- Irische Verbraucherpreise während der letzten fünf Jahre sind deutlich stärker angestiegen als bei Irlands europäischen Nachbarn.
- Irische Verbraucherpreise lagen im Schnitt 12% über dem Euro-Durchschnitt – Tendenz: weiter steigend.
- Schon jetzt ist Irland Preisführer bei Pubs, Restaurants, bei Tabakprodukten und Wohnungsmieten.

– Pubs und Restaurants allein waren für fast 30 % des Preisanstiegs im letzten Jahr verantwortlich.

– Irland verlangt die höchsten Preise für Lebensmittel in Billig-Supermärkten. Bei Läden der mittleren Preisklasse liegt Irland an zweiter, in der gehobenen Preisklasse an dritter Stelle unter den Euro-Ländern.

– Eier, Salat, Orangen und – wer hätte das gedacht? – Kartoffeln sind in Irland teurer als in der Eurozone.

– Ein Warenkorb, der in Irland 100 Euro kostet, käme in Frankreich nur auf 85 Euro, in Spanien auf 72 Euro und wäre in Portugal für lumpige 65 Euro zu haben.

– Ein Warenkorb mit Alkohol und Tabakwaren kam zu noch gravierenderen Unterschieden. Was in Irland 77 Euro kostete, war in Italien um 34 Euro, in Deutschland um 33 Euro und in Luxemburg um 26 Euro billiger. Finnen zahlten 2002 dagegen 17 Euro mehr für dieselbe Warenzusammenstellung als die Iren.

– Dublin ist die drittteuerste Hauptstadt unter allen 15 EU-Hauptstädten – nur London und Kopenhagen (beide außerhalb der Eurozone) sind noch teurer!

– Wohnungsmieten in Irland sind bis zu fünfmal höher als in anderen Ländern der Eurozone. In Portugal betragen die Mieten gerade mal 19 % der irischen, in Luxemburg 79 %.

– Eine Mahlzeit in einem teuren Restaurant ist nur in Österreich und Spanien noch teurer als in Irland.

– Autopreise sind nur in Finnland, Dänemark und Portugal teurer als in Irland.

– Angesichts der höheren irischen Inflations-

rate (5 % zu Anfang des Jahres, im Juli noch 3,7 %) wird Irland im Lauf des Jahres 2003 Finnland (1,4 %) als teuerstes Euro-Land überholen.

– Der relativ hohe Preisunterschied zwischen Irland und den meisten Euro-Ländern wird stark beeinflusst durch die indirekten Steuern der Regierung, vor allem bei Alkohol und Tabak.

Aber es gab im Forfás-Report auch ein paar positive Aspekte:

– Die Preise für Kleidung, Schuhe, Elektrizität, Wasser, Gas und Kommunikationsmittel sind im Vergleich zu den europäischen Nachbarländern immer noch günstig (auch wenn der Preisunterschied bei weitem nicht so deutlich ist wie bei den Leistungen und Waren, bei denen Irland teurer ist).

– Brot, Teebeutel und Pfeffer sind billiger als im Euro-Durchschnitt.

– Irland gehört zu den billigsten Ländern, wenn es um einen Besuch beim Hausarzt geht.

**Ist der Euro an allem schuld?** Auch in Irland gab es letztes Jahr vereinzelt Stimmen, die die Euro-Umstellung für den Preisanstieg verantwortlich machten – bzw. die Händler, die die Umstellung zur Preistreiberei nutzten. Aber kein Vergleich zu Deutschland, wo das Wort vom „Teuro“ in aller Munde war. Und das, obwohl die Teuerungsrate in Deutschland auf 1% sank! Und die Regierung in Irland einen Preis-Monitor installierte, um Euro-Preistreiberei von vorne herein einen Riegel vorzuschieben.

## Rip-off Ireland

Eine Studie der Europäischen Zentralbank (EZB) kam zu dem Schluß, daß Preise vor allem dort gestiegen waren, wo sie täglich ins Blickfeld des Verbrauchers rücken. Die Tasse Kaffee, der Restaurantbesuch, die Lebensmittel des täglichen Bedarfs. In Deutschland stiegen die Hotel- und Restaurantpreise um 3,6 %. In Irland um 7 %! Das führte dazu, daß die Teuerungsrate von den Verbrauchern als höher geschätzt wird als sie in Wirklichkeit ist.

Was für die Iren aber als viel größerer Schock empfunden wurde war, daß sie dank Euro international ihre Preise vergleichen konnten. Sie waren baß erstaunt, was ihre in Irland verdienten Euro beim Urlaub auf dem Kontinent an Kaufkraft zeigten. „Es ist keine Übertreibung festzustellen,“ so Gene McKenna, „daß sie regelmäßig baff sind angesichts dessen, was sie an Gegenwert in Supermärkten, Pubs und Restaurants auf dem Kontinent erhalten.“ Deshalb richtete sich, so Brian Keenan, die Stimmung in Irland weniger gegen den „Teuro“ als gegen „Rip-off“-Irland.

Für den *Irish Examiner* steht fest: „Die Regierungskoalition ist ein Schlüsselspieler bei dieser zynischen Straßenräuberei, die in Läden, Pubs, Restaurants, Krankenhäusern, Hochschulen und in Supermärkten im ganzen Land betrieben wird.“

Mary Harney, zuständige Ministerin, weist diese Vorwürfe natürlich entschieden zurück. Immerhin falle die Inflationsrate „in Richtung des europäischen Durchschnitts.“ Die Arbeitslosenquote sei mit unter 5 % nur halb so hoch wie im Rest Europas. Preise für nichtalkoholische Ge-

tränke und Lebensmittel seien im letzten Jahr nur um 1,6 % gestiegen (genau im europäischen Durchschnitt); Kleidung und Schuhe seien im gleichen Zeitraum um 4,6 % billiger geworden (im europäischen Durchschnitt dagegen leicht im Preis gestiegen).

### „Guckt Euch um und kauft beim Billigsten!“

Preise aber würden nicht von der Regierung gemacht. „Wettbewerb und Verbrauchermacht“ regulieren das Preisgefüge, so die Ministerin. Und dann ging sie zum Angriff über. Verbraucher seien ja selbst schuld, wenn sie keine Preisvergleiche anstellten und nicht dort kauften, wo es am billigsten ist. „Der Wettbewerb funktioniert, wenn Verbraucher ‘Nein’ sagen zu hohen Preisen. Überall auf der Welt erhöhen Geschäfte ihre Preise, bis sie auf den Widerstand ihrer Kunden stoßen. Wenn sie nicht auf Widerstand treffen, was denken sie dann? Sie erhöhen weiter ihre Preise.“

Dies löste natürlich eine kleine Debatte aus. Schön und gut. Zweifellos können Konsumenten mit preisbewußtem Einkauf ihr Scherflein dazu beitragen, daß Preise nicht ins Unermeßliche steigen. Leider, so fand das Institute of Technology in Tralee heraus, wissen 59 % aller Einkaufenden noch nicht einmal die gängigen Preise für Grundnahrungsmittel wie Tee, Bohnen oder Milch. Da gibt es also sicher noch Reserven... Aber sind damit das Steuergeld der Regierung, die zu laxer Wettbewerbskontrolle und die geheimen Preisabsprachen im Einzelhandel vom Tisch? Immerhin machen die „heimlichen“ Steuern und Gebühren, die von

der Regierung festgesetzt werden, etwa die Hälfte der Teuerungsrate aus.

Nach der Prämisse, es sei immer ein Spaß, die Progressive Democrats im Beisein eines Taxifahrers zu loben, vor allem, wenn man seinem Fahrziel schon relativ nahe gekommen sei, versuchte Terry Prone sein Glück bei eben einem solchen Taxifahrer. Doch der antwortete eher analytisch als feindselig. Das Problem seien nicht die individuellen Preise. Das Problem sei die Preisinflation insgesamt. Und zu oft sei dieser Preisaufschlag damit begründet, daß Irland eine Insel sei und der Warentransport auf eine Insel zusätzliche Kosten verursache.

„Lanzarote ist auch eine Insel,“ brachte er es auf den Punkt. „Genau wie Irland. Nur schlimmer. Viel kleiner. Ohne einen großen Handelspartner wie Großbritannien in der Nähe. Vulkanisch, obendrein, so daß höchstens ein paar alte Reben darauf wachsen. Weit ab vom Schuß. Aber es ist billig. Wirklich billig im Vergleich zu Irland.“

Und er verwies auf ein weiteres Dilemma der Harneyschen Argumentation: „Du kannst von den Touristen nicht verlangen, daß sie Preisvergleiche anstellen. Die sind bloß eine Woche da. Sie sollten sich darauf verlassen können, daß die Regierung es nicht zuläßt, daß sie übers Ohr gehauen werden.“

Der Sprecher der Irischen Verbraucherschutzorganisation, Eddie Hobbs, stimmt dem Taxifahrer im großen und ganzen zu. Verbraucher sollten durchaus Preise vergleichen und verlangen, daß Preise übersichtlich ausgewiesen sind. Aber Mary Harney müsse sich die Kartelle vorknüpfen und der Wettbewerbs-Aufsichtsbehör-

de mehr Geld und mehr Kompetenz geben. Ansonsten laufe „dear little Ireland“ Gefahr, auf den internationalen Märkten nicht mehr konkurrenzfähig zu sein.

## Teurer als Finnland?

Zeit, zum Ende zu kommen. Na ja, vielleicht zum vor-vorletzten Ende: Was soll das ganze Gejammer? Irland ist teurer geworden - na und? Teurer als Finnland? Na und? Geht's den Leuten schlecht in Finnland? Sie haben einen der höchsten Lebensstandards in Europa. Eine gesunde Wirtschaft. Ein vorbildliches Gesundheitswesen. Gute Verkehrs-Infrastruktur. Also was soll's? Sind nicht in Irland die Löhne und Gehälter seit 1995 zweimal so schnell gestiegen wie in der Eurozone? Steuern sind gekappt worden. Was gibt's zu klagen?

Nun - Irland ist eben nicht Finnland. Irland steckt mit seinem Gesundheitssystem in der Krise. Das Verkehrswesen wird noch weitere Milliardeninvestitionen erfordern, bis es auf einen angemessenen Standard ausgebaut sein wird. Gerade Dienstleistungen wie Anwälte oder Zahnärzte tragen durch exorbitante Gebührenforderungen zum Preisanstieg bei. Das Preis-Leistungsverhältnis ist also aus den Fugen geraten. Wichtiger: Irlands Wohlstand hängt von Auslandsinvestitionen ab. Während Finnland über „eingeborene“ Firmen wie Nokia verfügt. Und obwohl die Verbraucherpreise nur ein Index für Investoren sind, warnt der National Competition Council: „Irlands rapider Aufstieg an die Spitze der europäischen Preisliga könnte den weiteren wirtschaftlichen Erfolg ernsthaft bedrohen.“

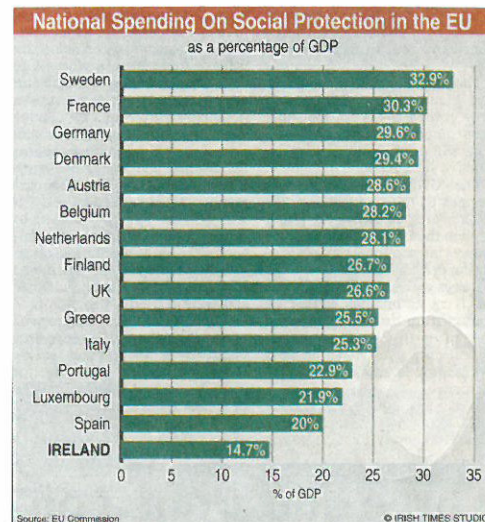
Obwohl Irland durch den Beitritt zum Euro seine Zinsen nicht mehr selber bestimmen, so vielleicht ein zweiter und vorletzter Schluß, und damit beispielsweise nicht durch Anhebung der Zinssätze die Inflation bekämpfen kann, wird die Schuld für den Teuerungseffekt eher der irischen Regierung als der EZB in Frankfurt in die Schuhe geschoben. Die Einstellung gegenüber dem Euro ist nach wie vor positiv.

## Celtic Tiger Comeback?

Schließlich und endlich gibt es auch noch Hoffnungsvolles zu berichten. Laut einer Analyse von ESRI (Economic and Social Research Institute), lauert bereits der Celtic Tiger - Ausgabe 2 (The Sequel? Son of..?) - hinter der nächsten Konjunkturkurve. In dem im Juli veröffentlichten Report über Europas wirtschaftliche Zukunft stehen rosige Zahlen für Irland. In den nächsten 10 Jahren soll das durchschnittliche Wachstum 9 % betragen. Nur Schweden, mit 15 %, wird eine noch größere Steigerungsrate zugezogen.

Hauptgrund für diese Entwicklung sind, so Dr. Robert Huggins, der Autor des Reports, die Investitionen in die ärmeren Regionen Irlands, vor allem in die BMW-Region (Border, Midlands, Western), die dort zu einer massiven Steigerung des Wirtschaftswachstums um 25 % führen werden. Damit würde die BMW-Region wohlhabender werden als der EU-Durchschnitt, mit einem Anstieg von derzeit 83 % auf 105 % des EU-Bruttoinlandsprodukts. Der Südosten wird maßvoller zulegen, um 6 %, von heute 125 % auf dann 131 % des EU-Durchschnitts.

Vielleicht wird Irland ja auch beim zweiten Mal, sollte der Keltische Tiger tatsächlich ein Comeback feiern, noch vernünftiger mit dem dann verfügbaren finanziellen Spielraum umgehen. Immerhin leben trotz Celtic Tiger No. 1 noch immer 90.000 irische Kinder in Armut (d.h. in Haushalten, die über weniger als 60 % des durchschnittlichen nationalen Haushaltsein-



kommens verfügen). Und während das Pro-Kopf-Einkommen in Irland zwischen 1995 und 2002 von knapp 13.000 Euro im Jahr auf 26.600 Euro anstieg, während die Arbeitslosigkeit 1995 noch bei 12 % lag, und die Zahl der Arbeitslosen im letzten Jahr auf 4,5 % gesunken ist, explodierte im gleichen Zeitraum die Zahl der Obdachlosen! Allein in Dublin schlafen derzeit 6000 Menschen auf der Straße. Es gibt also viel zu tun, my dear little Ireland, mit oder ohne keltischen Tiger.

**Paddy Eberhart Bort**

Mancher fragt sich, warum wir immer wieder auf die deutschen Discounter in Irland zu sprechen kommen. Nein, wir glauben nicht, daß die Brüder Albrecht oder der Herr Lidl ganz viel kostenlose Werbung brauchen. Aber „unsere“ Discounter haben eine Nische (nämlich die mit den kleinen Preisen) im irischen Markt entdeckt - und - zumindest Lidl - füllt diese Nische mit Produkten, die auch in Irland ein deutsches Ökotest-Siegel tragen, und das hat beim bekannt legeren Umgang der Iren mit Schadstoffen et- was sehr Beruhigendes. Außerdem hat es auch etwas Beruhigendes, wenn das Urlaubsbudget trotz irischem Super-Teuro etwas länger reicht. Aldi und Lidl arbeiten an der Akzeptanz im irischen Markt - der Erfolg stellt sich nur in kleinen Schritten ein. Aber wir meinen, sie sollten dort bleiben, damit die Preistreiberei à la Tesco einen Gegenpol hat. Daß Tesco auch niedrige Preise haben kann, zeigt sich an den Sonderangeboten, die das Äquivalent zu den jeweiligen Discounter-Angeboten bewerben - aber hier wird nix übertrieben: exakt genauso teuer, aber nicht auch NOCH BILLIGER. Offensichtlich machen Aldi und Lidl den alteingesessenen irischen Konkurrenten ganz schön Druck - und den haben sie verdient.

*Die Redaktion*

## Aldi sucht neue Läden

Der Aldi-Konzern aus Mülheim a.d. Ruhr sucht überall in Irland neue Grundstücke, leerstehende Gemeindezentren oder existierende Gewerbeobjekte geeigneter Größe. In ganzseitigen Annoncen werden Grundstücke von mindestens

4000 m<sup>2</sup> gesucht, wo Läden von 1200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und mindestens 100 Stellplätze gebaut werden sollen. Auf der Wunschliste stehen 80 Örtlichkeiten, von Athlone bis Sligo, von Mullingar bis Killarney. Und 40 Vororte und Stadtteile von Dublin. Maklern verspricht man fette Provisionen, verkaufswilligen Eigentümern eine Zusage innerhalb einer Woche. Es steht zu erwarten, dass mancher Eigentümer entsprechender Flächen und Objekte, an dem der keltische Tiger bisher vorbei gerannt ist, nun zuschlagen wird. Schließlich gibt es landauf, landab genug leere Gewerbebauten, in denen der kurze Traum beispielsweise eines Möbelgeschäftes auf dem Lande ein jähes Ende fand. Das Irland Journal wird die weitere Entwicklung im Auge behalten.

## Irische Agrarlobby läßt die Muskeln spielen – ALDI bleibt gelassen

Die deutschen Lebensmittelgrossisten ALDI und Lidl werden in Irland von der örtlichen Agrarlobby massiv bedrängt. In einer großen Kampagne versuchen die Interessenvertreter der irischen Landwirtschaft und mehr noch des Handels, ausländische Kettenunternehmen bezüglich ihres Angebots an die nationale Kette

### CALL US TODAY

<p><b>1 Pat Crowe</b> Tel: (01) 2130244 Fax: (01) 2945973</p> <p>Athlone Ballina Cavan Castlereg Donegal Drogheda Dundalk Ennis Galway Lislick Limerick City &amp; County Maynooth Monaghan Mullingar Navan Newbridge Portlaoine Roscommon Sligo</p>	<p><b>2 Eoin McGovern</b> Tel: (01) 2130265 Fax: (01) 2945973</p> <p>Anlow Blanchon Blanchstown Blackpool Blay Cork City Centre Douglas Dungarvan Ennisceothy Ferryon Gorty Greystones Kilanny City Kilarny Midleton Mitchelstown New Ross Toghr Tralee Waterford City Wexford Town</p>	<p><b>3 Bobby Lloyd</b> Tel: (01) 2130241 Fax: (01) 2945973</p> <table border="0"> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <p><b>N. Dublin</b></p> <p>Artane Ballyke Ballymun Blanchardstown Cabra Castleknock City Centre Clontarf Coolock Drumcondra Finglas Glacnevin Malahide Piltaborough Raheny Sandyford Swords</p> </td> <td style="vertical-align: top;"> <p><b>S. Dublin</b></p> <p>Blackrock Crumlin Dalkey-Killey Drimnagh Dundrum Dun Laoghaire Lucan Rathbarney Rathfarnham Sillorgan Tallaght Walkinstown</p> </td> <td style="vertical-align: top;"> <p>Ballybrink Ballyferm Clonsilla Clonsilla Dionysio Kilmarin Rathgar Rathmaye Ringsend Ternure</p> </td> </tr> </table>	<p><b>N. Dublin</b></p> <p>Artane Ballyke Ballymun Blanchardstown Cabra Castleknock City Centre Clontarf Coolock Drumcondra Finglas Glacnevin Malahide Piltaborough Raheny Sandyford Swords</p>	<p><b>S. Dublin</b></p> <p>Blackrock Crumlin Dalkey-Killey Drimnagh Dundrum Dun Laoghaire Lucan Rathbarney Rathfarnham Sillorgan Tallaght Walkinstown</p>	<p>Ballybrink Ballyferm Clonsilla Clonsilla Dionysio Kilmarin Rathgar Rathmaye Ringsend Ternure</p>
<p><b>N. Dublin</b></p> <p>Artane Ballyke Ballymun Blanchardstown Cabra Castleknock City Centre Clontarf Coolock Drumcondra Finglas Glacnevin Malahide Piltaborough Raheny Sandyford Swords</p>	<p><b>S. Dublin</b></p> <p>Blackrock Crumlin Dalkey-Killey Drimnagh Dundrum Dun Laoghaire Lucan Rathbarney Rathfarnham Sillorgan Tallaght Walkinstown</p>	<p>Ballybrink Ballyferm Clonsilla Clonsilla Dionysio Kilmarin Rathgar Rathmaye Ringsend Ternure</p>			

**Always saving you money** ▶▶

Call now or visit our website at [www.aldi.com](http://www.aldi.com)

Aldi Stores (Ireland) Ltd, Carmanhall Road  
Sandyford Industrial Estate, Sandyford, Dublin 18

zu legen. ‚Buy Irish‘ lautet die Devise. Man hat Angst davor, dass internationale Anbieter mit ihren konkurrenzlosen Preisen den irischen Multis die Profite abschneiden. Man fährt dabei zweigleisig:

Einmal versucht man, beim Verbraucher zu suggerieren, irische Produkte seien besser als ausländische. Man vergisst dabei jedoch, dass der irische Lebensmittelmarkt ganz wesentlich von ausländischen Lieferanten beherrscht wird, nämlich von englischen Firmen, die ganz ungeniert ihre Produkte als irische bezeichnen, selbst wenn sie in Birmingham oder Manchester hergestellt werden. Dies klappt erstaunlicherweise gut. Irische Verbraucher glauben oft wirklich, dass z.B. die Marke HB (Eiscreme, Torten, Sahneprodukte) von einer (fiktiven) irischen Hazelbrook Farm stammen. Dass HB Teil des weltweiten Konzerns IGLO-LANGNESE-SANELLA ist und das Eis aus Deutschland, Belgien oder Österreich stammt, interessiert nur am Rande. Und von welchen Plantagen eigentlich irischer Orangensaft stammen soll, ist und

# Stores under investigation in Germany over price-cutting

By Olivia Kelly

DISCOUNT supermarket rivals Aldi and Lidl, recently arrived in Ireland, are under investigation in Germany following allegations of illegal price-cutting.

bleibt ein Rätsel. Der Unterschied ist: irischer Orangensaft (aus Italien oder Spanien) kostet im irischen Supermarkt 79 oder 89 Cent, bei ALDI in Deutschland (auch aus Italien oder Spanien) aber nur 59 Cent. Man hat Angst vor den geringeren Gewinnmargen. Was der Endverbraucher letztlich erhält, ist den Lobbyisten egal. Ein klassisches Beispiel: Wer auf dem irischen Standard -Apfelgetränk in der Zutatenliste das Wort ‚apple‘ sucht, sucht vergeblich. Simpler deutscher Apfelsaft von ALDI kostet nur halb soviel wie die - übrigens in England hergestellte - Kunstbrause von Cidona.

Die andere Schiene, auf der die Lobbyisten fahren ist die, dass der irischen Lebensmittelindustrie suggeriert wird, die irischen Verbraucher würden wirklich auf Seiten ihrer Industrie stehen. Angeblich gehen irische Verbraucher nur in Geschäfte, in denen mindestens 80 % irische Produkte angeboten werden. Dadurch werden Innovationen verhindert, was sich auch in der Gegenrichtung auswirken muss. Dadurch werden irische Produkte schlechter in anderen Ländern verkäuflich. Es ist auch nicht auszuschließen, dass kontinentale Milchproduzenten

Angst vor einer Wiederholung des Kerrygold-Phänomens haben. Die in Tralee ansässige Kerry Coop hat nämlich in Krefeld die maroden VRM – Vereinigte Rheinische Milchwerke gekauft und auf ihren Vertriebswegen den Absatz von Kerrygold organisiert. Die Iren waren dabei so sehr erfolgreich, dass ihre Butter zur meistverkauften deutschen Markenbutter avancierte. Und es ist durchaus vorstellbar, dass andere internationale Konzerne davor Angst haben könnten. IGLO-LANGNESE-SANELLA machen schließlich auch Butter.

Zum Glück sind das alles nur Drohgebärden der Lobbyisten. Zum Glück steht die EU gegen solche Beschränkungen. Man suggeriert zwar in endlosen Zeitungsartikeln, man wolle nun den Krauts mal zeigen, was eine Harke ist, und man wolle/könne ALDI und Lidl zwingen, mindestens 80 % irische Produkte zu führen. Alles Quatsch! Die EU garantiert den deutschen Anbietern volle Gewerbefreiheit. Dazu gehört auch, selber zu entscheiden, was sie in ihre Regale stellen. Das ist halt – so bitter es klingen mag – der Preis, den die irische Landwirtschaft für die EU-Fördermittel zahlen muss. Auf Dauer wird letztendlich der Verbraucher an der Ladenkasse entscheiden, ob er für identische Produkte 50 % mehr zahlen will oder nicht.

*Hans Jürgen Bott*

## Auch die Redaktion ärgert sich, wundert sich ...

Über Hostelpreise in Dublin, für die man im Bayrischen Wald locker auch noch abends zünftigt brotzeiten könnte, über Tourist-Value-Ange-

## ISAACS HOSTEL 2003 TARIFF

	JAN & FEB	MARCH –OCT	NOV & DEC
12-16 BED	€10.75	€12.50	€11.50
6-10 BED	€12.50	€14.75	€12.75
4-BED	€17.50	€20.50	€17.95
TWIN/DOUBLE	€26.00	€28.75	€26.25
SINGLE	€29.50	€32.50	€29.95

### LIGHT BREAKFAST INCLUDED

Weekend supplement: €2 for multi-bed rooms and €3.00 for 4, triple and twin rooms. Rates do not apply for Bank Holiday and Special Event weekends. All prices are per person sharing.

bote, die ach so billig gar nicht sind - es sei denn, man fände 15 Euro für Suppe und Sandwich total ok - hier bezogen auf die Website von visitdublin.com, auf der in verschiedenen Preiskategorien Angebote für Touristen aufgelistet sind. Dublin ist einfach eins der teuersten Pflaster in Europa, nur: was man in Frankreich, Belgien oder ... findet, nämlich die Lokale, wo die „Leute wie du und ich“ was essen, das findet man in Dublin immer schwerer. Rip-off-Dublin, eben.

Auch vor dem platten Land macht diese Entwicklung leider nicht halt. Da ist der Pub in dem gottverlassenen Nest auf der „untouristischen“ Nordseite der Dingle-Halbinsel plötzlich ein gutes Drittel teurer, serviert dafür aber so landestypische Getränke wie Café Latte und australisches Rotwein ... Wenigstens finden sich da aber noch mit 7.50 Euro erschwingliche Fish & Chips ...

## ... und liest mit Interesse ...

z.B. im Irish Independent vom 12. Mai des Jahres einen Leserbrief mit der Überschrift „The Celtic Tiger is well and truly dead“: ... Das Land sollte viel mehr von den 18,7 Milliarden Euro Gewinnen haben, die vom den riesigen Multis, speziell den amerikanischen, im letzten Jahr

anderswohin verschoben wurden. Ihr kompliziertes Transfersystem - sie bringen ihre Gewinne hierher um unsere niedrige Körperschaftsteuer auszunutzen und dann transferieren sie das Ganze zurück in ihr Heimatland, um es an ihre Manager und Anteilseigner zu verteilen - ist etwas, das nach Beachtung schreit.“

Oder in der Süddeutschen Zeitung vom 30. Mai d.J. als Thema des Tages unter dem Titel “Bestellte Wahrheiten”: “Die Spatzen pfeifen noch Übleres von den Dächern: Speziell bei ihren vermeintlich objektiven - Länderanalysen betätigt sich die OECD als Bauchredner der jeweiligen Regierung. Anders kann man auch den neuesten Länderbericht über Irland kaum einstufen. Im frei zugänglichen Teil erfährt der Leser alles Unwichtige. Selbst im kostenpflichtigen Teil und selbst für Experten kommt die wahre Story nur schemenhaft zum Vorschein: Nach Software- und Computerherstellern hat jetzt die internationale Pharmaindustrie die kleine Insel als Steueroase entdeckt. Buchhalterisch lassen die Pillen-Konzerne dort Milliarden Gewinne auflaufen und höhlen damit das Steueraufkommen ihrer Heimatstaaten aus. Hinter vorgehaltener Hand kritisieren OECD-Experten dies heftig - öffentlich jedoch applaudiert die OECD dieser Politik.“

## Abzocke in Irland – jetzt reicht's !!!

Nach einem wettermäßig sehr wechselhaften Tag – ein Umstand, der noch typisch irisch geblieben ist – steuere ich den Beehive auf Achill Island an. In diesem Coffee- und Craftshop mit phantastischem Blick auf Strand und Steilküste soll es wieder Tee und Karamelkuchen sein, sowie in den letzten 15 Jahren vorher auch

schon. Mein Blick erspäht die Preisliste: Nun ja, Tee für 1,30 Euro pro Person – nicht übel und dann platzt mir nach 8 Tagen Irland endgültig der Kragen. Ein 8x8 cm großes Stück Kuchen soll 2 Euro kosten, unvorstellbar!!! Für das gleiche Stück in größerem Format habe ich vor Einführung des Euros umgerechnet die Hälfte bezahlt und vor einem halben Jahr im Oktober 1,30 Euro...! Dieses Jahr ist wohl alles anders, ganz anders...! Wird jetzt nur noch auf den Touri mit dem dicken Geldbeutel gewartet, der sich dieses Land noch leisten kann?? Ich komme seit 15 Jahren nach Irland, Jahr für Jahr, teilweise sogar 2 Mal im Jahr. Die Übernachtung hat mich damals umgerechnet 12,50 Euro gekostet, heute sind es 30 Euro (in Worten dreißig...!), eine Steigerung von 140 %. Die Mahlzeiten waren auch damals nicht gerade billig, aber wenn ich heutzutage 7 Euro für Fish und Chips in einem Fastfood Restaurant bezahle, fehlen mir doch die Worte! Dabei ist der oben bereits erwähnte Karamelkuchen im Vergleich zu Käse- oder Schwarzwälderkiertorte noch billig – für diese Geschmacksrichtungen zahlt der nach etwas Stößen trachtende Tourist mittlerweile 3,50 – 4,00 Euro in einem stinknormalen Craft- und Coffeeshop. Aber ich bin noch lange nicht am Ende!!! Ein Apfel für teilweise 40-50 Cent, ein Kilo Tomaten für 3 Euro, von anderen Früchten ganz zu schweigen...! Dann wären da noch die Laster: 5,90 Euro für eine Schachtel Zigaretten und 3,20 – 3,40 für ein Pint of Guinness – Mann oh Mann!!! Und die gleiche Flasche Wein, die im Oktober 2002 noch 4, 45 Euro gekostet hat, liegt diese Jahr (8 Monate später!) bei schlappen 8 Euro! Blicke da noch der normale Restaurant-Besuch, weil man ja nicht jeden Tag Fast Food oder French Baguette mit Cheddar Käse oder Coleslaw essen möchte. Ein Blick auf die Speisekarte verhagelt mir die Laune: Beginn 10 – 12 Euro, Ende der Fahnenstange offen! Vorschlag für die irischen Newcomer: Ein Hotel ansteuern (z.B. in Glenties, Co. Donegal), zwei Mal die Beilagen bestellen (z.B. überbackene Kartoffeln mit Knoblauch sowie eine Portion Broccoli), 6 Euro bezahlbar und satt werden – dann geht es auch billiger! Weitere Beispiele gefällig: Eine Wolljacke aus dem Oktober 2002 erhöhte sich von 110 Euro auf 135 Euro, das stinknormale Telefonieren aus der Telefonzelle kostet pro Minute 80 Cent (das Handy wäre wohl auch nicht viel teurer gewesen) (Anmerkung der Redaktion: T-Mobile Kun-

den können sich kostenlos für die WorldClass registrieren lassen und zahlen dann exakt diese 80 Cent als Höchstbetrag, im günstigeren Fall nur 70 - fragen Sie Ihre Hotline!) und der Car Park bei den Cliffs of Moher kostet mittlerweile 4 Euro – da sollte doch lieber gleich 5 Euro kassiert werden, weil dann das Problem mit dem Wechselgeld entfiel!! Mir würde sicher noch jede Menge einfallen, was die Urlaubslaune gedämpft hat, aber ich denke es reicht! Alles ist im letzten Jahr durch die Einführung des Euros teurer geworden, aber was Irland dieses Jahr veranstaltet hat, schlägt dem Fass den Boden aus! Wäre da nicht der billige Flug mit Air Lingus (140 Euro return) und der stabile Preis für das Anmieten des PKW, ich hätte mit 2 Personen für 3 Wochen locker 3500 Euro bezahlt, ohne die Sau rauszulassen, weil ich diese Preistreiberi grösstenteils nicht mitgemacht habe. Eine Familie mit 2 Kindern müsste wohl schon 5 Jahre sparen, um sich einen ähnlich langen Aufenthalt leisten zu können. So wird Irland mit Sicherheit noch mehr Touristen verlieren und die Verweildauer (auch ein Trend der letzten Jahre) noch weiter absinken. So wird Irland ein Land für wohlhabende Touristen werden, was ich sehr schade fände, weil es mir in den vergangenen 15 Jahren sehr viel gegeben hat, aber ich weiß nicht, ob es ein 16. Jahr geben wird! Schließlich wird man good old Germany finanziell gebeutelt, da brauche ich mir dieses in Irland nicht auch noch anzutun.

PS. Beinahe hätte ich noch was vergessen, das im Vergleich zu Deutschland noch superbillig ist: Das Benzin. Ersparnis ca. 20% und bei langsamer, Landschaft bewundernder Fahrweise auch mit niedrigem Verbrauch! Aber leider, leider kann man sich von Benzin nicht ernähren, im Auto zu pennen ist auch nicht so toll und den Alkohol wird es auch nicht ersetzen, um den Frust für die ganzen Unzulänglichkeiten hinunterzuspülen... Sollte nämlich das Wetter auch nicht mitspielen, ist man leider auf „Indoor – Facilities“ angewiesen – und die kosten eben nun mal leider Geld, womit sich der Kreis schließt. Traurig, aber wahr!!!

### Arnd Buttgerit...

(...schrieb uns diese Zeilen als Leserbrief „mit der Bitte um vollständige Veröffentlichung im nächsten irland journal - als einer der ganz treuen Irland-Fans und auch des irland journals sowie von Gaeltacht Irland Reisen“)